

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Lingkup Penelitian.....	8
1.5.1. Model Lingkup Penelitian.....	8
1.5.2. Obyek Penelitian.....	9
1.5.3. Lokasi Penelitian .....	9
1.5.4. Waktu Penelitian.....	10
1.6. Kontribusi Penelitian .....	11

1.7. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Citra Merek.....	13
2.1.1.1. Pengetahuan Merek.....	13
2.1.1.2. Persepsi Kualitas.....	14
2.1.1.3. Keunikan Merek .....	14
2.1.1.4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	14
2.1.1.5. Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal.....	15
2.1.1.6. Citra Sosial .....	15
2.1.2. Loyalitas Merek.....	16
2.1.3. Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	16
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	17
2.2.1. Pengaruh Pengetahuan Merek terhadap Loyalitas Merek.....	17
2.2.2. Pengaruh Pengetahuan Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium.....	17
2.2.3. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek.....	18
2.2.4. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium.....	18
2.2.5. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Loyalitas Merek.....	19
2.2.6. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	20
2.2.7. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek terhadap Loyalitas Merek .....	21

2.2.8. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium Premium.....	21
2.2.9. Pengaruh Citra Sosial terhadap Loyalitas Merek .....	21
2.2.10. Pengaruh Citra Sosial terhadap terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	22
2.2.11. Pengaruh Keunikan Merek terhadap Loyalitas Merek .....	23
2.2.12. Pengaruh Keunikan Merek terhadap Kesiediaan Membayar Harga Premium.....	23
2.3. Model Penelitian.....	25
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Desain Penelitian .....	26
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	27
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel .....	27
3.3.2. Ukuran Sampel .....	29
3.4. Skala Pengukuran .....	29
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran .....	30
3.5.1. Pengetahuan Merek.....	30
3.5.2. Persepsi Kualitas.....	31
3.5.3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	31
3.5.4. Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek .....	32
3.5.5. Citra Sosial .....	33
3.5.6. Keunikan Merek .....	34

3.5.7. Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	34
3.5.8. Loyalitas Merek.....	35
3.6. Lokasi Penelitian .....	36
3.7. Subyek Penelitian .....	37
3.8. Obyek Penelitian.....	38
3.8.1. Es Krim MAGNUM .....	38
3.9. Karakteristik Subyek Penelitian .....	38
3.10. Instrumen Riset.....	39
3.11. Pengujian Instrumen .....	40
3.11.1. Uji Validitas .....	40
3.11.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.12. Analisis Data .....	42
3.12.1. Metode Analisis Data.....	42
3.12.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.12.3. Uji <i>Goodnes of Fit</i> .....	43
3.12.4. Pengembangan Formulasi Dasar .....	43
3.12.5. Tingkat Signfikansi.....	44
3.12.6. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	44
<b>BAB IV. ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Deskriptif Responden.....	45
4.1.1. Usia .....	46
4.1.2. Jenis Kelamin .....	46
4.1.3. Pekerjaan/Profesi .....	47

4.1.4. Pendidikan Terakhir.....	47
4.1.5. Penghasilan/Uang Saku.....	48
4.2. Korelasi antar Variabel .....	48
4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
4.3.1. Uji Validitas .....	49
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	52
4.4. Statistik Deskriptif .....	53
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	55
4.5.1. Uji Multikolinieritas.....	55
4.6. Uji <i>Goodness of Fit Model</i> .....	57
4.6.1. R <sup>2</sup> .....	57
4.6.2. Uji F .....	58
4.7. Uji Regresi.....	59
4.7.1. Hasil regresi variabel pengetahuan merek, persepsi kualitas, tanggung jawab sosial perusahaan, persepsi konsumen terhadap negara asal merek, citra konsumen terhadap merek, dan keunikan merek terhadap loyalitas merek. ....	60
4.7.2. Hasil regresi variabel pengetahuan merek, Persepsi Kualitas, tanggung jawab sosial perusahaan, persepsi konsumen terhadap negara asal merek, citra konsumen terhadap merek, dan keunikan merek terhadap kesediaan membayar harga premium. ....	63
4.8. Pengujian Hipotesis .....	66
4.8.1. Pengetahuan Merek pada Loyalitas Merek .....	66

4.8.2. Pengetahuan Merek pada Kesiediaan Membayar Harga Premium ..	66
4.8.3. Persepsi Kualitas pada Loyalitas Merek .....	67
4.8.4. Persepsi Kualitas pada Kesiediaan Harga Premium .....	66
4.8.5. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Loyalitas Merek.....	67
4.8.6. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	67
4.8.7. Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek pada Loyalitas Merek .....	68
4.8.8. Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek pada Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	68
4.8.9. Citra Sosial pada Loyalitas Merek.....	68
4.8.10. Citra Sosial pada Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	69
4.8.11. Keunikan Merek pada Loyalitas Merek .....	69
4.8.12. Keunikan Merek pada Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	70
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial .....	74
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

3.1 Item Pengukuran Variabel Pengetahuan Merek .....	30
3.2 Item Pengukuran Variabel Persepsi Kualitas .....	31
3.3 Item Pengukuran Variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	32
3.4 Item Pengukuran Variabel Persepsi Konsumen terhadap Negara Asal Merek	33
3.5 Item Pengukuran Variabel Citra Sosial .....	33
3.6 Item Pengukuran Variabel Keunikan Merek .....	34
3.7 Item Pengukuran Variabel Kesiediaan Membayar Harga Premium .....	35
3.8 Item Pengukuran Variabel Loyalitas Merek .....	36
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku .....	48
4.6 Korelasi Antar Tabel .....	48
4.7 Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i> .....	50
4.8 Hasil Uji Validitas ( <i>Rotated Component Matrix</i> ) .....	50
4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	52
4.10 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Variabel Penelitian .....	53
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas I .....	55
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas II .....	56
4.13 Nilai Adjusted $R^2$ pada Model Regresi .....	57

4.14 Nilai F Statistik pada Model Regresi .....	58
4.15 Hasil Regresi Linier Berganda I .....	60
4.16 Hasil Regresi Linier Berganda II .....	64



## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Es Krim Merek MAGNUM.....	9
2.1 Model Penelitian .....	24
3.1 Peta Indonesia .....	37
4.1 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Regresi Linier Berganda.....	72